Culture
et Communications
Québec

TRANSMISSION PAR COURRIEL

Québec, le 27 septembre 2006

Madame Diane Rhéaume
Secrétaire générale
Conseil de la radiodiffusion et des
télécommunications canadiennes
Ottawa (Ontario) K1A 0N2

Madame la Secrétaire générale,

Le ministère de la Culture et des Communications du Québec souhaite présenter au Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes le mémoire faisant état de ses observations et commentaires dans le cadre de l'examen de certains aspects du cadre réglementaire de la télévision en direct (Avis d'audience publique de radiodiffusion CRTC 2006-5). Le ministère ne désire toutefois pas comparaître à l'audience publique débutant le 27 novembre 2006.

Veuillez agréer, Madame la Secrétaire générale, l'expression de mes sentiments les meilleurs.

La sous-ministre,

(Original signé par)

Christiane Barbe

EXAMEN DE CERTAINS ASPECTS DU CADRE RÉGLEMENTAIRE DE LA TÉLÉVISION EN DIRECT

Avis d'audience publique en radiodiffusion CRTC 2006-5

MÉMOIRE DU

MINISTÈRE DE LA CULTURE

ET DES COMMUNICATIONS DU QUÉBEC

AU

CONSEIL DE LA RADIODIFFUSION

ET DES TÉLÉCOMMUNICATIONS CANADIENNES

27 septembre 2006

Culture et Communications Québec

Résumé

Le ministère de la Culture et des Communications (MCC) du Québec établit certains constats propres à la télévision francophone généraliste au Québec, soit:

- une diminution de sa part de marché, en particulier en soirée, ainsi qu'une moins grande popularité des fictions à cause d'une fragmentation accrue du marché;

- une performance auprès de son auditoire nettement supérieure à celle de la télévision canadienne privée et publique;

- une baisse de l'écoute de la télévision prise dans son ensemble (généraliste et spécialisée) chez l'ensemble des Québécois francophones, surtout chez les enfants de 11 ans et moins.

En ce qui a trait à la situation financière de la télévision privée, le MCC ne disposant pas de données financières complètes sur la télévision publique, les constats sont les suivants :

- une diminution dans la croissance de ses revenus à un niveau inférieur à celui de l'économie québécoise mais un rendement, bien que beaucoup moins élevé que celui des services spécialisés et payants, qui demeure stable;

- une bonne performance financière des stations régionales de télévision, la majorité d'entre elles étant rentables;

- un haut degré d'intégration des entreprises du secteur télévisuel au Québec où de grands groupes propriétaires de chaînes télévisuelles contrôlent également les plus importantes entreprises de télédistribution.

À partir de ces constats, le MCC a identifié trois enjeux auxquels la télévision québécoise de même que le CRTC sont présentement confrontés :

- établir un meilleur équilibre dans le système télévisuel;
- maintenir une programmation originale de qualité;
- réussir la transition à la technologie numérique et à la haute définition.

Le MCC considère que la meilleure façon de faire face à ces enjeux ne réside pas dans l'introduction d'un tarif d'abonnement pour les chaînes généralistes de télévision lorsque distribuées par câble ou par satellite.

Il recommande plutôt au CRTC :

- de laisser le temps à la déréglementation qu'il a récemment entreprise à l'égard des services spécialisés et payants de faire effet, ce qui devrait rééquilibrer les forces en présence;

- de hausser, en parallèle, le niveau de contribution des télédistributeurs au Fonds canadien de télévision (FCT), ce qui permettrait aux télédiffuseurs de disposer de ressources supplémentaires pour financer les émissions canadiennes, y compris en haute définition, leur laissant une plus grande marge de manœuvre pour investir dans leur modernisation et leur passage à la technologie numérique et à la haute définition;

- d'adopter un modèle de transition au mode numérique et à la haute définition qui favorise, progressivement, un accès universel et ne pénalise pas les stations de télévision en régions, la télévision généraliste privée disposant de moyens suffisants pour réaliser cette modernisation incontournable, compte tenu des deux propositions précédentes et aussi dû au fait qu'elle na pas vu sa rentabilité diminuer en dépit de la pénétration accrue de la télévision spécialisée et payante depuis 1999.

TABLE DES MATIÈRES

Introduction 1

Portrait de la télévision généraliste au Québec 1

Écoute de la télévision francophone au Québec 1

Principales modifications 1
Constantes dans l'écoute des Québécois francophones 5

Structure de l'industrie de la télévision au Québec 6

Situation financière de l'industrie de la télévision au Québec 7

Revenus 8
Dépenses 9
Rentabilité 10
Situation financière des stations desservant les petits marchés 11

Enjeux 12

Premier enjeu : établir un meilleur équilibre dans le système télévisuel 13

Contexte réglementaire 13
Contexte industriel 14
Avantages d'un tarif d'abonnement 14
Inconvénients d'un tarif d'abonnement 15

Deuxième enjeu : maintenir une programmation originale de qualité 17

Contributions au contenu canadien 17
Recours à la production indépendante 19
Place des dramatiques et des émissions pour enfants 20
Avantages tangibles 22

Troisième enjeu : réussir la transition de la télévision hertzienne à la technologie numérique et à la haute définition 22

Modèle proposé de transition à la technologie numérique 22
Production en haute définition 26

Conclusion 26

Introduction

1. L'examen de certains aspects du cadre réglementaire de la télévision hertzienne (en direct) qu'entreprend le Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) est primordial puisqu'il amène à s'interroger sur l'avenir de la télévision généraliste telle que nous la connaissons aujourd'hui.

2. Les aspects que souhaite étudier le CRTC préoccupent grandement le ministère de la Culture et des Communications (MCC) du Québec, notamment l'introduction éventuelle d'une protection réglementaire (un tarif d'abonnement) destinée à la télévision généraliste lorsqu'offerte au moyen de la télédistribution, l'adoption possible d'un modèle de transition basé essentiellement sur la télédistribution pour accélérer son passage à la technologie numérique et à la haute définition, et les moyens envisagés pour favoriser une contribution maximale de ce média à la production, l'acquisition et la diffusion d'émissions canadiennes de haute qualité.

3. Les diverses propositions à l'étude pourraient avoir des répercussions majeures sur la télévision au Québec qui, dans plusieurs dimensions, se distingue grandement de celle du Canada. Répondant à l'invitation lancée par le CRTC dans son avis public à l'effet de l'informer des aspects et considérations propres à la télévision francophone et à son marché, le MCC considère essentiel d'intervenir dans le présent processus de révision, d'autant plus que la télévision généraliste occupe toujours une place déterminante dans le développement culturel, social et économique du Québec et demeure un média de masse qui rassemble les Québécois.

Portrait de la télévision généraliste au Québec

Écoute de la télévision francophone au Québec

4. Depuis l'adoption par le CRTC de la *Politique télévisuelle au Canada : Misons sur nos succès* en 1999, l'écoute de la télévision au Québec par la population de langue française s'est sensiblement modifiée mais on y observe aussi des constantes traditionnelles qui la caractérisent et qui lui confèrent son caractère spécifique.

Principales modifications

Les Québécois francophones, en particulier les jeunes, sont moins fidèles au petit écran

5. En cinq ans, l'écoute de la télévision par les francophones du Québec a diminué de presque deux heures par semaine, passant en moyenne de 25,4 heures (per capita) en 1999 à 23,7 heures en 2004[1].

---

[1] Télé-Québec, *Écoute télévisuelle, Automnes 1996 à 2004*, 16 février 2005 (à partir des données BBM recueillies au moyen des cahiers d'écoute). À noter qu'avec l'introduction de l'audimètre comme nouvelle façon de mesurer l'écoute à compter de 2002, on observe une remontée importante de l'écoute hebdomadaire des Québécois francophones (plus de 30 heures en 2005). L'audimètre utilisé a changé en cours de route, avec l'introduction en 2004, de l'audimètre sans fil (PPM), lequel permet de compiler toutes les minutes des chaînes et des émissions susceptibles d'être captées par l'ouie de celui qui le porte. Cette absence de continuité dans la méthodologie utilisée commande une certaine prudence dans l'interprétation et l'analyse des données et requiert d'attendre quelques années supplémentaires avant d'être en mesure d'en tirer des tendances. Cela fait en sorte qu'à l'exception de

6. Parmi eux, ce sont surtout les jeunes qui ont consacré le moins de temps à la fréquentation du petit écran. La plus forte baisse d'écoute provient de ceux âgés entre 2 et 11 ans : alors qu'ils y allouent en moyenne près de 19 heures par semaine en 1999, ils y consacrent un peu plus de 14 heures en 2004, soit environ 5 heures de moins. Chez les 12 à 17 ans, l'écoute enregistre pour la même période, une baisse d'un peu plus de 3 heures par semaine, pour atteindre 13 heures et demie [2].

7. Les Montréalais francophones ont pour leur part toujours alloué moins d'heures à l'écoute de la télévision comparativement à l'ensemble des Québécois francophones. Comme ces derniers, ils ont également été moins assidus dans leur consommation télévisuelle. Depuis 1999, leur écoute moyenne per capita, déjà inférieure de près de deux heures à celle de l'ensemble des Québécois francophones, a diminué de deux autres heures, passant de 23,5 heures par semaine à 21,5 heures. Quant aux jeunes Montréalais francophones, leur écoute a aussi enregistré une baisse, tant chez les enfants que chez les adolescents, pour atteindre respectivement en moyenne 13 heures et 12 heures et demie en 2004, ce qui représente, pour chaque groupe d'âge, une heure de moins par semaine que celle des jeunes francophones dans l'ensemble du Québec[3].

L'écoute des enfants québécois de langue française diminue pour rejoindre celle des enfants canadiens

8. Depuis fort longtemps, les Québécois francophones consacrent plus de temps à l'écoute de la télévision que les Canadiens. Pour la première fois, l'écoute des enfants québécois de langue française (2-11 ans) a diminué, au cours des dernières années, de telle sorte qu'elle atteint, en 2004, sensiblement le même niveau que celle des enfants canadiens du même âge, soit environ 14 heures par semaine. Celle des adolescents francophones du Québec rejoint l'écoute des jeunes Canadiens (13 heures et demie versus 13 heures)[4].

9. Il est difficile de déterminer les causes précises qui ont suscité cette baisse de l'écoute de la télévision de la part des enfants de langue française au Québec. Diverses hypothèses peuvent être avancées : est-ce l'offre télévisuelle d'émissions pour enfants qui est déficiente ou s'agit-il plutôt d'un changement important dans leurs activités sociales et récréatives? On pense ici au grand nombre d'activités parascolaires qui leur sont offertes, à leur présence assidue en garderie, y inclus en garderie scolaire, et bien sûr, à leur appropriation, de plus en plus jeunes, des nouvelles technologies.

---

certaines commandes spéciales auprès de BBM dont les données ont été compilées en partie au moyen des cahiers d'écoute et en partie par audimétrie, le présent mémoire utilise les données BBM compilées au moyen des cahiers d'écoute.

[2] *Idem.*

[3] *Idem.*

[4] Statistique Canada, *Le Quotidien, Écoute de la télévision, automne 2004*, mars 2006.

10. La fréquentation d'Internet permet en effet aux enfants de multiples activités de divertissement : clavardage, écoute et téléchargement de musique en ligne mais aussi, et de plus en plus, de vidéos, sans oublier la pratique de jeux vidéo (en ligne ou sur console[5]). Selon un sondage réalisé par l'Alliance numériQC en collaboration avec le CEFRIO, en 2005, les deux tiers des foyers québécois sont dotés d'un ordinateur, le tiers est abonné à Internet haute vitesse et 27 % détiennent une console de jeux vidéo[6]. L'expansion récente des nouvelles technologies contribue certainement à changer les activités de loisir ainsi que les habitudes de consommation médiatique des jeunes.

De plus en plus de place pour les canaux spécialisés et payants dans l'écoute des francophones du Québec

11. Depuis 1999, les Québécois francophones ont diminué sensiblement leur écoute des chaînes traditionnelles de télévision de langue française au profit des chaînes payantes et spécialisées francophones. Ces dernières ont vu globalement leur part de marché passer de 12 % en 1999 à 19 % en 2004 alors que l'ensemble des chaînes conventionnelles de langue française ont perdu six points de pourcentage au cours des mêmes années (de 75 % en 1999 à 69 % en 2004). L'arrivée de nouveaux canaux spécialisés de langue française au cours des années 2000 et 2001 et la pénétration accrue des services existants ont sans doute contribué à la hausse de la télévision spécialisée dans les habitudes d'écoute des Québécois[7].

12. La diminution de l'écoute de la télévision généraliste francophone est particulièrement importante pendant les heures de grande écoute, soit de 19 h à 23 h : en 1999, près de 79 % du temps que les francophones du Québec consacrent à l'écoute de la télévision en soirée lui est alloué alors qu'en 2004, ils y attribuent une part moins importante, se situant à près de 68 %, ce qui représente une baisse de 11 points de pourcentage[8].

13. Cette décroissance est deux fois plus importante qu'en Ontario où la part de marché de l'ensemble de la télévision généraliste canadienne a connu une baisse d'environ 5 points de pourcentage en soirée. Cependant, elle était et est encore de beaucoup inférieure à celle de la télévision québécoise : de 45 % en 1999, elle est descendue à près de 40 % en 2004[9]. Pendant les heures où la consommation télévisuelle est à son meilleur, un écart de près de 30 points de pourcentage sépare donc l'écoute de la télévision généraliste des téléspectateurs ontariens de celle des francophones du Québec.

---

[5] Statistique Canada, *Les habitudes de dépenses au Canada, 2003*.
[6] *Indicateurs numériQC 2005, Équipement numérique des domiciles québécois*, 2006.
[7] Télé-Québec, *Écoute télévisuelle, Automnes 1996 à 2004*, 16 février 2005.
[8] Commande spéciale du MCC à BBM, parts de marché des télévisions conventionnelles aux heures de grande écoute, Québec et Ontario, sondages automne, 1999 à 2004, combinaison cahiers d'écoute de 1999 à 2002 et audimétrie de 2002 à 2004.
[9] *Idem*.

La baisse de popularité de la télévision généraliste francophone affecte surtout l'écoute de la télévision publique

14. L'écoute de la télévision généraliste francophone a fléchi au cours des dernières années, particulièrement en soirée. Plus précisément, on assiste à une diminution importante de l'écoute de la télévision publique. Il y a cinq ans, les Québécois francophones lui allouaient, entre 19 h et 23 h, plus du tiers de leur écoute télévisuelle (34 %) alors qu'en 2004, ils ne lui en attribuent même plus le quart (24 %). La télévision privée s'en tire mieux, les Québécois de langue française lui dédiant plus de 43 % de leur temps d'écoute en 2004 et près de 45 % en 1999[10].

15. La légère diminution de l'écoute de la télévision privée enregistrée en soirée est également présente sur l'ensemble de la journée : en 1999, sa part de marché est d'un peu plus de 50 % alors que cinq ans plus tard, elle baisse à un peu plus de 47 %[11].

Malgré la préférence des Québécois francophones pour les émissions québécoises, leur degré de popularité semble faiblir, notamment pour les fictions

16. Bien que les émissions les plus populaires auprès des téléspectateurs québécois francophones soient encore majoritairement produites au Québec et toutes diffusées à l'écran des chaînes généralistes, elles ne semblent plus recueillir le même degré d'adhésion. Par exemple, à l'automne 2001, les vingt émissions suscitant le plus d'écoute sont toutes québécoises et la moitié d'entre elles obtiennent une part de marché supérieure à 45 %; à noter que pour ces dix émissions, sept sont des fictions. Quatre ans plus tard, seulement le quart des émissions figurant au palmarès des vingt émissions préférées, soit cinq, réussissent à aller chercher une telle part de marché et aucune d'entre elles n'est une fiction[12].

17. En quatre ans, on constate une diminution du nombre de fictions au palmarès des vingt émissions les plus populaires pendant la saison d'automne : 11 y figurent en 2001 alors qu'elles ne sont plus qu'au nombre de six en 2005. S'agit-il d'une diminution circonstancielle, les palmarès étudiés étant ceux de l'automne seulement, ou d'une réelle tendance à la baisse? Est-ce leur offre globale qui a diminué, ou leur qualité ou encore l'intérêt des téléspectateurs pour d'autres types d'émissions, notamment la téléréalité, qui s'est accru? Il est difficile de déterminer avec précision les facteurs en cause et si cette diminution de la popularité des fictions auprès des Québécois est une réelle tendance.

18. Chose certaine, l'accroissement de la fragmentation du marché dû à la place de plus en plus grande occupée par les services spécialisés et payants de télévision fait en sorte que les émissions les plus populaires ne vont plus chercher des auditoires aussi élevés qu'auparavant.

---

[10] *Idem.*
[11] Télé-Québec, *Écoute télévisuelle, Automnes 1996 à 2004*, 16 février 2005.
[12] Commande spéciale du MCC à BBM, les 20 émissions les plus écoutées au Québec francophone et en Ontario, saison automne, 2001 à 2005, audimétrie.

Constantes dans l'écoute des Québécois francophones

L'écoute de la télévision au Québec continue à surpasser celle observée dans l'ensemble du Canada

19. En dépit de la diminution de l'écoute de la télévision par les francophones du Québec, ils continuent à y consacrer plus de temps que les Canadiens, ces derniers y allouant environ deux heures de moins par semaine en 2004, soit 21,4 heures. On observe toutefois que contrairement aux Québécois francophones, leur écoute est demeurée stable depuis 1999[13].

La meilleure performance de la télévision généraliste francophone persiste

20. Malgré une diminution de sa part de marché, l'ensemble de la télévision généraliste francophone du Québec (privée et publique) va encore chercher, en 2004, plus des deux tiers de l'écoute des Québécois francophones pendant les heures de grande écoute. La télévision généraliste continue donc à mieux performer que celle de l'Ontario qui, aux meilleures heures de la journée, retient seulement un peu plus du tiers de l'écoute des téléspectateurs ontariens[14].

21. Au Québec, la performance de la télévision privée de langue française auprès de son auditoire est nettement supérieure, notamment en soirée, à celle que connaît la télévision canadienne privée dans le marché ontarien (43 % contre 30 % en 2004)[15].

22. Même si, comme on l'a vu précédemment, la télévision publique a été plus affectée que la télévision privée par la diminution de la popularité de la télévision généraliste auprès des téléspectateurs québécois de langue française, elle continue, comme elle le fait depuis de nombreuses années, à nettement mieux performer dans son marché comparativement à celle qui diffuse en Ontario. En 2004, un écart de quinze points de pourcentage les sépare en soirée, celle du Québec ralliant près du quart de l'écoute des Québécois francophones et celle présente en Ontario, seulement un peu plus de 9 % de l'écoute des Ontariens[16].

L'écoute des services télévisuels de langue anglaise par les francophones demeure stable

23. Même si le taux de bilinguisme s'est encore accru dans la population du Québec entre 1996 et 2001, passant de 34 % à 37 %[17], les transferts d'écoute des Québécois francophones vers la télévision de langue anglaise demeurent stables. Depuis 1999

---

[13] Statistique Canada, *Le Quotidien, Écoute de la télévision,* automnes 1999-2004.

[14] Commande spéciale du MCC à BBM, parts de marché des télévisions conventionnelles aux heures de grande écoute, Québec et Ontario, sondages automne, 1999 à 2004, combinaison cahiers d'écoute de 1999 à 2002 et audimétrie de 2002 à 2004.

[15] *Idem.*

[16] *Idem.*

[17] Site Internet Statistique Canada, Recensement 2001, Série Analyses, Profil des langues au Canada, 10 décembre 2002, Bilinguisme français-anglais.

jusqu'en 2004, environ 7 % de leur écoute va, année après année, aux services télévisuels de langue anglaise. Étonnamment, durant la même période, les jeunes francophones de 12 à 17 ans y consacrent encore moins de temps, soit environ 5 % de leur écoute de la télévision[18]. Contrairement à ce que l'on pourrait croire, les transferts d'écoute vers la télévision de langue anglaise ne sont donc pas plus prononcés chez les jeunes.

Au Québec, la préférence des téléspectateurs francophones va toujours à l'écoute des émissions québécoises

24. Comme on l'a vu précédemment, les émissions les plus populaires auprès des Québécois de langue française sont presque toujours d'origine québécoise : en 2001, les vingt émissions qui se classent au premier rang de leur écoute à l'automne proviennent toutes du Québec; en 2005, 18 sont québécoises. À l'opposé, peu d'émissions canadiennes figurent au palmarès des vingt émissions préférées des Ontariens : en 2005, on en compte quatre pendant la saison d'automne, ce qui constitue une amélioration par rapport à l'automne 2001, où il y en avait seulement deux. Aucune fiction canadienne ne se classe cependant parmi les 20 émissions les plus populaires auprès des Ontariens à l'automne de ces deux années[19].

Structure de l'industrie de la télévision au Québec

25. Depuis la révision de la *Politique télévisuelle au Canada* en 1999, le Québec compte toujours le même nombre de stations traditionnelles privées de télévision : 26 stations, dont 23 de langue française, toutes reliées aux trois grands réseaux francophones en opération au Québec, soit TVA, TQS et Radio-Canada, deux stations de langue anglaise faisant partie des réseaux CTV et Global ainsi qu'une station multilingue appartenant à Global. On dénombre également trois stations traditionnelles publiques appartenant à Radio-Canada, dont une de langue anglaise, de même qu'une chaîne éducative et culturelle, Télé-Québec, qui diffuse à la grandeur du Québec.

26. Près des trois quarts des stations francophones (18) appartiennent ou sont affiliées aux réseaux TVA et TQS, propriété des deux plus importants acteurs médiatiques privés au Québec, soit Quebecor Média et Cogeco en association avec Bell Globemedia. Radio-Canada a un contrat d'affiliation avec les cinq autres stations privées de langue française.

27. Il existe donc peu de propriétaires indépendants dans le secteur de la télévision conventionnelle au Québec : Radio-Nord et Télé Inter-Rives.

---

[18] Télé-Québec, *Écoute télévisuelle, Automnes 1996 à 2004*, 16 février 2005.

[19] Commande spéciale du MCC à BBM, les 20 émissions les plus écoutées au Québec francophone et en Ontario, saison automne, 2001-2005, audimétrie.

28. Le nombre de services télévisuels spécialisés et payants de langue française en opération s'est par ailleurs accru rapidement depuis 1999, celui-ci passant de 12 à 21 en 2005. Les services de langue anglaise se sont également multipliés pour atteindre 94 en 2005 contre 34 en 1999.

29. Signalons qu'au Canada, il y a en 2005 autant de services en langues tierces détenant une licence du CRTC que de services spécialisés et payants en langue française, soit 21. Et ce, sans compter les nombreuses chaînes en langues tierces dont la diffusion est autorisée au Canada par le Conseil sans qu'elles ne soient tenues de posséder une licence. À titre d'exemple, à Toronto, les abonnés à la télédistribution disposent d'une offre totale de 45 télévisions en langues tierces alors que ceux de Montréal s'en voient offrir une quinzaine.

30. La propriété des services spécialisés et payants de langue française est, à l'instar de celle des stations de télévision, concentrée entre les mains de quelques entreprises, dont certaines détiennent également des réseaux et des stations généralistes de télévision. Tel est le cas de Quebecor Média et de la Société Radio-Canada. Le plus important joueur dans le secteur des canaux spécialisés et payants demeure Astral qui possède des actifs dans au moins 11 d'entre eux.

31. Dans le secteur de la télévision généraliste comme spécialisée, il existe donc peu de propriétaires indépendants, extérieurs aux grandes entreprises médiatiques. Ce haut degré d'intégration des entreprises du secteur télévisuel est encore plus prononcé au Québec où de grands groupes propriétaires de chaînes télévisuelles contrôlent également les plus importantes entreprises de télédistribution.

Situation financière de l'industrie de la télévision au Québec[20]

32. Précisons d'emblée qu'il nous est impossible d'intégrer dans le portrait de la situation financière de la télévision québécoise des données concernant la télévision publique francophone. Cela tient au fait que Radio-Canada, le plus important télédiffuseur public, a une structure intégrée, ce qui se reflète dans sa reddition de comptes et que plusieurs de ses données sont confidentielles, notamment les revenus publicitaires et les dépenses en contenu canadien.

33. Compte tenu du rôle majeur joué par la télévision publique francophone au Québec, tant en ce qui a trait à ses dépenses, en particulier celles consacrées aux émissions canadiennes, à son recours à la production indépendante, ainsi qu'à ses revenus, le MCC déplore le fait de ne pas être en mesure d'en tenir compte dans son analyse de la télévision au Québec.

---

[20] La plupart des informations économiques et financières de cette section proviennent de deux publications du CRTC, *Télévision, Relevés statistiques et financiers, 1999-2003 et 2001-2005* et *Télévision payante et d'émissions spécialisées, Relevés statistiques et financiers, 1999-2003 et 2001-2005*. Plusieurs calculs ont été effectués à partir des données comprises dans ces publications.

Revenus

Au Québec, les revenus de la télévision spécialisée et payante augmentent deux fois plus vite que ceux de la télévision généraliste privée

34. Les revenus de l'ensemble de l'industrie privée de la télévision au Québec[21] s'élèvent à 889 M$ en 2005 comparativement à 613 M$ en 1999 pour une augmentation annuelle moyenne de 6,5 %. Cependant, la croissance des revenus des services spécialisés et payants a été deux fois plus rapide que celle de la télévision généraliste privée, soit 10,6 % contre 4,2 %. De fait, la performance de l'industrie privée traditionnelle de la télévision au Québec est demeurée inférieure à celle de l'économie québécoise où le produit intérieur brut (PIB) s'est accru à un rythme annuel moyen de 4,7 % durant la période 1999-2005[22].

35. La croissance rapide des revenus des services spécialisés et payants québécois s'explique, en partie, par la progression, au cours des dernières années, du satellite auprès des consommateurs comme technologie de réception des services télévisuels, ce qui a contribué à augmenter le nombre de leurs abonnés et par conséquent, à la fois leurs revenus publicitaires et ceux en provenance des abonnements. La venue de nouveaux services, dont certains ont développé des créneaux publicitaires originaux, a aussi favorisé cette croissance. La télévision spécialisée et payante a ainsi concouru à segmenter davantage les auditoires, créant une pression à la baisse sur les revenus publicitaires des stations traditionnelles privées.

36. Bref, les services spécialisés et payants prennent de plus en plus de place dans l'industrie québécoise de la télévision privée. Ils vont chercher 41,4 % de ses revenus totaux (368 M$) en 2005 comparativement à 33,2 % en 1999. Au Canada, les revenus des services spécialisés et payants ont rejoint ceux des stations privées traditionnelles pour les égaler, atteignant 1,7 milliard de dollars.

Les revenus publicitaires prennent de plus en plus d'importance chez les services spécialisés québécois

37. La principale composante des revenus de l'ensemble de l'industrie de la télévision privée québécoise, soit les revenus publicitaires, a connu une croissance soutenue. Ces derniers passent de 384 M$ en 1999 à 521 M$ en 2005, soit une augmentation annuelle moyenne de 5,3 % par an. Celle-ci, calculée pour l'industrie, dissimule cependant une différence sectorielle importante : l'augmentation a été de 3,1 % pour les stations privées traditionnelles et de 20,0 % pour les services spécialisés.

---

[21] Ces revenus résultent de l'addition des revenus des stations privées de télévision généraliste, de langue française et de langue anglaise, et des services spécialisés et payants, tous de langue française.
[22] Calculé à partir des données de l'Institut de la statistique du Québec site Internet, *La production, http://www.stat.gouv.qc.ca/donstat/econm_finnc/conjn_econm/TSC/pdf/chap4.pdf.*

38. Il en résulte que les services spécialisés se financent plus qu'auparavant par la publicité et qu'ils accaparent graduellement une partie plus grande des revenus publicitaires de l'ensemble de l'industrie de la télévision privée au Québec, soit 20,7 % en 2005 contre 9,6 % en 1999.

Les stations traditionnelles privées de télévision diversifient de plus en plus leurs revenus au Québec

39. Inversement, même si la publicité constitue leur principale source de revenus, les stations privées traditionnelles de télévision se financent de moins en moins par ce moyen, notamment au Québec, où les revenus publicitaires représentent 79,3 % de leurs revenus totaux en 2005 comparativement à 84,8 % en 1999. En Ontario et au Canada, le financement par la publicité, même s'il a un peu diminué au cours des dernières années, occupe une part plus importante des revenus des stations privées de télévision où, en 2005, elle correspond respectivement à 94,4 % et à 91,6 % de ceux-ci.

40. De fait, les stations privées traditionnelles québécoises ont des sources de revenus plus diversifiées. Elles recueillent, en moyenne, 9,5 % de leurs revenus par la vente de droits contre 1,3 % et 3,1 % chez les stations ontariennes et canadiennes durant la période 1999-2005.

41. De plus, elles disposent également d'autres revenus (recettes provenant de communications secondaires, de location de services d'artistes, de services divers, d'installation technique, de services de gestion, etc.). Ce type de revenus compte pour 11,2 % de leurs recettes en 2005 comparativement à 5,8 % en 1999. Chez les stations ontariennes et canadiennes, ces pourcentages sont deux fois moins élevés.

Dépenses

Les dépenses des services spécialisés et payants francophones sont en progression

42. Au Québec, les dépenses de l'ensemble de l'industrie de la télévision privée (généraliste et spécialisée) s'élèvent à 725 M$ en 2005 contre 514 M$ en 1999, soit une augmentation de 211 M$ dont un peu plus de la moitié (53 %) est imputable aux services spécialisés et payants.

43. Depuis 1999, l'importance des dépenses d'exploitation des stations traditionnelles dans l'industrie québécoise diminue et celle des services spécialisés et payants s'accroît. De fait, 38,0 % des dépenses proviennent des services spécialisés et payants en 2005 contre 31,8 % en 1999. Au Canada, la part des dépenses réalisée par les services spécialisés et payants est plus accentuée, celle-ci atteignant 46 % en 2005.

44. Durant la période 1999-2005, les frais de programmation s'accroissent et constituent la principale dépense de l'industrie privée de la télévision au Québec prise dans son ensemble. Elle y consacre globalement 67,3 % de ses dépenses d'exploitation en 2005 contre 62,3 % en 1999. La programmation d'émissions canadiennes y monopolise d'ailleurs une part importante de ses dépenses d'exploitation.

45. Là encore, de 1999 à 2005, la portion des dépenses consacrée annuellement au contenu canadien par la télévision spécialisée et payante surpasse en moyenne celle de la télévision privée traditionnelle. Alors que cette dernière y affecte, en moyenne, à chaque année, 41,5 % de ses dépenses d'exploitation, l'ensemble des services spécialisés y attribuent, en moyenne, plus de la moitié (51 %) de leurs dépenses annuelles. Au Canada toutefois, au cours de la même période, la portion des dépenses annuelles d'exploitation consacrée, en moyenne, au contenu canadien est moindre : 44,7 % dans le cas des services spécialisés et le tiers dans le cas des stations traditionnelles privées.

Rentabilité

La télévision spécialisée et payante a une meilleure performance financière que la télévision généraliste privée

46. Entre 1999 et 2005, l'ensemble de l'industrie de la télévision privée au Québec dispose de revenus suffisants pour couvrir ses dépenses d'exploitation. De fait, elle enregistre des bénéfices d'exploitation[23] croissants, ceux-ci passant de 99 M$ en 1999 à 164 M$ (dont 72 M$ pour les télévisions généralistes) en 2005, soit une augmentation annuelle moyenne de 9,7 %.

47. La profitabilité de l'industrie de la télévision privée prise dans son ensemble s'améliore au Québec. Son bénéfice avant intérêts et impôts (BAII) passe de 81 M$ en 1999 à 138 M$ en 2005, pour une augmentation annuelle moyenne de 11,3 %. Au Canada, ce bénéfice connaît une croissance un peu plus rapide, soit 13,6 % en moyenne par année. Pris par secteur, le BAII des services spécialisés et payants a augmenté plus rapidement au Canada qu'au Québec (27,9 % contre 15,8 %) alors que celui des stations privées de télévision traditionnelles québécoises s'est accru plus rapidement qu'au Canada (10,8 % contre 1,5 %).

48. La composition du BAII change toutefois durant la période étudiée au profit des services spécialisés et payants. De fait, 62,1 % du BAII de l'industrie de la télévision privée québécoise provient des services spécialisés et payants en 2005 contre 44,6 % en 1999.

49. L'utilisation de la marge bénéficiaire avant intérêts et impôts (MAII)[24] comme indice de rentabilité démontre que les services spécialisés et payants sont presque deux fois plus rentables que les stations traditionnelles au Québec : la MAII de ces services égale, en moyenne, 18,9 % par an durant la période 1999-2005 contre 10,0% pour les stations traditionnelles. La perte d'une partie de leur auditoire au profit des services spécialisés et payants constitue l'un des facteurs expliquant la MAII plus faible des stations traditionnelles de télévision.

---

[23] Ces bénéfices s'obtiennent en soustrayant les dépenses d'exploitation des revenus totaux.

[24] La MAII résulte de la division des bénéfices avant intérêts et impôts par les revenus totaux. Le résultat est multiplié par 100.

La pénétration accrue de la télévision spécialisée n'a pas entraîné une diminution de la rentabilité de la télévision généraliste privée

50. Bien que beaucoup moins élevé que celui de la télévision spécialisée et payante, le rendement de la télévision privée généraliste demeure toutefois relativement stable entre 1999 et 2005, sa marge bénéficiaire avant intérêts et impôts étant en moyenne semblable (10 %) à celle qui prévalait entre 1992 et 1998 (9,4 %). La pénétration accrue des services spécialisés depuis 1999 n'a donc pas entraîné une diminution de la rentabilité des stations privées de télévision.

51. En résumé, les services spécialisés et payants de langue française sont en plein essor. Leur importance, pour ce qui est des revenus comme des dépenses, se rapproche de plus en plus de celle de la télévision traditionnelle privée. Cette dernière voit, pour sa part, la croissance de ses revenus diminuer à un niveau inférieur à celui de l'économie québécoise mais son rendement, bien que beaucoup moins élevé que celui des services spécialisés et payants, demeure quand même stable.

Situation financière des stations desservant les petits marchés[25]

Les stations privées de télévision desservant les petits marchés sont plus rentables que l'ensemble de l'industrie de la télévision commerciale

52. Au Québec, la majorité des stations privées de télévision, soit 17 sur 26, diffusent dans des petits marchés de moins de 300 000 habitants. Elles sont toutes de langue française.

53. Leurs revenus s'élèvent au total à 94,9 M$ en 2004, soit 18,8 % de ceux de l'ensemble de l'industrie de la télévision privée traditionnelle au Québec. Quant à leurs dépenses d'exploitation, elles atteignent, toujours en 2004, 75,3 M$, soit 17,5 % de l'ensemble des dépenses de l'industrie québécoise.

54. La totalité des stations dont les données sont disponibles sont rentables, dégageant des bénéfices avant intérêts et impôts en 2003 et 2004.

55. De fait, les stations situées dans les petits marchés sont plus rentables que l'ensemble de l'industrie. Leur marge bénéficiaire avant intérêts et impôts[26] est plus élevée que celle de l'ensemble des stations privées québécoises. Cette marge égale 19,8 % en 2003 et 17,2 % en 2004 alors qu'elle se situe à 11,7 % en 2003 et à 10,7 % en 2004 pour l'ensemble des stations privées traditionnelles[27]. Cette plus grande rentabilité des stations en régions s'explique par une allocation moins grande de leurs dépenses à la programmation d'émissions, ces dernières étant en très grande partie à la charge des stations mères des réseaux auxquels elles appartiennent ou sont affiliées.

---

[25] Les données de cette section proviennent de deux publications de Statistique Canada : *Banque de données en télédistribution et en radio-télévision, 2003 et 2004* et *Télédiffusion 2004*, juin 2005. Plusieurs calculs ont été effectués à partir des données comprises dans ces publications.

[26] Cette marge s'obtient en divisant les bénéfices avant intérêts et impôts par les revenus totaux.

[27] Calculs du MCC à partir des données de Statistique Canada, *Banques de données en télédistribution et en radio-télévision 2003-2004* et Statistique Canada, *Télédiffusion 2004*, juin 2005.

Les stations privées des petits marchés se financent davantage par la publicité

56. De façon générale, les stations dans les petits marchés du Québec recourent davantage à la publicité pour leur financement. En 2004, 85,5 % de leurs revenus proviennent de la publicité contre 80,5 % pour l'ensemble de l'industrie de la télévision commerciale traditionnelle.

57. Les stations privées dans les petits marchés se distinguent essentiellement par leur financement davantage axé sur la vente de publicité locale. Cette situation s'explique par la présence moins grande d'annonceurs nationaux en régions. En 2004 par exemple, 33,6 % de leurs revenus proviennent de la vente de publicité locale comparativement à 20,4 % pour l'ensemble des stations privées traditionnelles.

58. Inversement, la proportion des revenus publicitaires provenant des annonceurs nationaux et réseaux dans les petits marchés est moins importante. Par exemple, en 2004, 50,6 % de leurs revenus proviennent de la publicité nationale et réseaux comparativement à 58,8 % pour l'ensemble de l'industrie de la télévision traditionnelle privée.

Une structure des dépenses différente pour les stations en régions

59. La structure des dépenses des stations dans les petits marchés est différente de celle de l'ensemble de l'industrie. En particulier, ces stations consacrent une partie moins grande de leurs dépenses d'exploitation que l'ensemble des stations à la programmation (par exemple, en 2004, 46,5 % contre 63,3 %) et une part plus élevée aux frais techniques (4,9 % contre 3,3 %), à la vente et à la promotion (23,3 % contre 13 %), de même qu'à l'administration (25,3 % contre 20,4 %).

Enjeux

60. Le portrait de la télévision généraliste québécoise démontre qu'elle est actuellement confrontée à des enjeux déterminants quant au maintien de sa contribution au développement social, culturel et économique du Québec et de ses régions. Au fur et à mesure des avancées technologiques, le CRTC doit chercher à établir le meilleur équilibre possible dans le système de radiodiffusion canadien de manière à ce qu'il favorise l'atteinte des objectifs politiques, culturels et sociaux énoncés dans la *Loi sur la radiodiffusion*. Le MCC souhaite, par ses recommandations, suggérer au CRTC des avenues pour y parvenir.

Premier enjeu : établir un meilleur équilibre dans le système télévisuel

61. L'introduction d'une nouvelle protection réglementaire destinée à la télévision généraliste est au cœur même de la présente consultation. Le CRTC soumet en effet une proposition à l'effet d'introduire un tarif d'abonnement pour les chaînes généralistes de télévision lorsqu'elles sont offertes au moyen de la télédistribution. Suggérée au Conseil par une industrie télévisuelle en proie à une concurrence de plus en plus grande de la part des services spécialisés et payants, elle lui permettrait, si acceptée, de bénéficier, comme la télévision spécialisée et payante, d'une source supplémentaire de revenus, en plus de la publicité. Cette mesure pourrait avoir un impact majeur sur l'équilibre du système télévisuel, en particulier sur sa composante publique.

Contexte réglementaire

62. Ce nouveau tarif, s'il était autorisé, serait vraisemblablement réglementé par le CRTC et assorti d'une garantie de diffusion au service de base des télédistributeurs, comme le prévoit actuellement le cadre réglementaire de la télédistribution en vertu de l'ordre de priorité des signaux à distribuer.

63. Cette proposition survient au moment où le Conseil a entrepris récemment de déréglementer les tarifs de gros (à partir desquels sont fixés les tarifs d'abonnement) de la plupart des services spécialisés, lorsqu'ils sont distribués en mode numérique standard[28] ou en haute définition[29], sauf pour ceux qui pourraient être encore compris dans le service de base des télédistributeurs. Lorsque distribués en mode analogique, le CRTC ne réglemente d'ailleurs plus les tarifs de gros des services spécialisés, exception faite de ceux encore offerts au service de base. De plus, lors de ces récentes décisions, le Conseil a également décidé de mettre fin, d'ici moins d'un an, à la protection du statut privilégié (statut double et statut double modifié) dont bénéficiaient certains services spécialisés, amoindrissant ainsi leur pouvoir de négociation avec les entreprises de télédistribution lors de la détermination de leur tarif de gros.

64. Le tarif d'abonnement pour les chaînes généralistes est d'abord envisagé par le CRTC dans la perspective de favoriser des contributions maximales de la part des télédiffuseurs généralistes à la production, l'acquisition et la diffusion d'émissions canadiennes de haute qualité.

65. Sans lier directement cette proposition aux investissements importants qu'auront à faire les entreprises de télévision traditionnelle pour effectuer la transition de leurs opérations à la technologie numérique et à la haute définition, le CRTC fait état de ce contexte et se dit préoccupé des effets que pourrait avoir cette migration sur les ressources qu'elles seront en mesure de consacrer à la production d'émissions canadiennes en haute définition.

---

[28] CRTC, *Cadre de réglementation de la migration au numérique*, avis public de radiodiffusion 2006-23, 27 février 2006.

[29] CRTC, *Cadre de réglementation de l'attribution de licence et de la distribution des services payants et spécialisés à haute définition*, Avis public de radiodiffusion 2006-74, 15 juin 2006.

Contexte industriel

66. Plusieurs raisons motivent les télédiffuseurs à demander un tarif à l'abonnement : leur accès à un nombre plus restreint de sources de financement que la télévision spécialisée, l'arrivée de plusieurs services spécialisés venant accaparer une partie plus grande de l'assiette publicitaire, l'augmentation des coûts de production des émissions canadiennes les plus populaires ainsi que les investissements importants requis pour effectuer la transition à la technologie numérique et à la haute définition.

67. Certaines de ces raisons sont cependant moins accentuées au Québec : la moins grande dépendance des stations privées québécoises à l'égard de la publicité parce qu'elles ont davantage diversifié leurs sources de revenus, notamment en vendant des droits de diffusion de leurs productions, en offrant des services techniques, etc.; la venue sur le marché francophone d'un nombre beaucoup moins important de services spécialisés que dans le reste du Canada, d'où un impact moindre sur l'écoute et l'assiette publicitaire des stations généralistes.

68. Malgré le fait que l'industrie privée francophone de la télévision soit l'objet d'une concurrence un peu moins vive de la part de la télévision spécialisée et payante qu'ailleurs au Canada, avec une perte moins grande de la part de son marché et le maintien d'une certaine stabilité dans son rendement de 1992 à 2005, elle réclame elle aussi, à l'instar des télévisions canadiennes, un tel tarif d'abonnement.

69. Il demeure toutefois vrai que l'exiguïté du marché francophone, compte tenu des revenus publicitaires plus limités qu'il génère, risque d'exercer des pressions à la baisse sur la production d'émissions canadiennes; que la concurrence sur le marché publicitaire de la télévision francophone est susceptible d'être accentuée avec l'arrivée de nouveaux services spécialisés de langue française au cours de la prochaine année de même qu'avec la progression, auprès des annonceurs, des nouvelles plateformes de diffusion, notamment Internet; que les coûts de production des dramatiques québécoises, déjà élevés, augmenteront avec la production haute définition; que les frais de transition au numérique et à la haute définition seront, à plus ou moins long terme, incontournables pour les stations de télévision hertzienne, ce qui nécessitera de leur part des investissements importants.

Avantages d'un tarif d'abonnement

70. L'autorisation d'un tarif d'abonnement pour les chaînes généralistes de télévision pourrait certes comporter des avantages susceptibles de se répercuter sur les différentes composantes du système télévisuel québécois et contribuer ainsi à :

    - maintenir sinon augmenter le nombre et la qualité des émissions produites au Québec offertes aux téléspectateurs québécois, y compris celles en haute définition, à la condition que le tarif ne soit pas surtout utilisé à d'autres fins, notamment à l'achat des immobilisations nécessaires à la transition numérique;

- faire reconquérir de l'auditoire à la télévision généraliste, les émissions produites au Québec étant celles qui sont préférées par les Québécois francophones;

- lui permettre l'obtention de meilleurs revenus publicitaires, en dépit de la fragmentation suscitée par la venue de nouveaux services spécialisés;

- améliorer, avec le temps, ses profits;

- bénéficier en amont aux auteurs, compositeurs, artistes et producteurs indépendants, un tel tarif étant associé à des exigences additionnelles de dépenses en contenu canadien.

Inconvénients d'un tarif d'abonnement

71. Cette nouvelle mesure réglementaire risque toutefois de :

- modifier le caractère universel et gratuit qui caractérise les stations de télévision hertziennes, accessibles à la quasi-totalité de la population, particulièrement au Québec où la pénétration de la télédistribution est moins élevée qu'ailleurs au Canada;

- faire payer aux seuls abonnés à la télédistribution des services télévisuels qui demeureraient gratuits pour les téléspectateurs qui captent la télévision uniquement par voie hertzienne;

- mécontenter les abonnés à la télédistribution tenus désormais de payer pour des services télévisuels identiques à ceux qu'ils reçoivent à l'heure actuelle gratuitement;

- susciter des plaintes de la part de certains abonnés à la télédistribution non désireux de payer pour des chaînes qu'ils ne regardent jamais, comme ce fut souvent le cas avec la protection réglementaire accordée dans le passé aux services spécialisés;

- dépasser la capacité de payer de certains abonnés à la télédistribution, ce qui pourrait entraîner leur désabonnement au service de télédistribution ou encore à certains bouquets de canaux spécialisés et payants;

- refiler la facture de la modernisation des réseaux et stations de télévision privés aux abonnés à la télédistribution, le tarif d'abonnement pouvant servir en partie à assumer les coûts d'immobilisation nécessaires à la transition de la télévision à la technologie numérique et à la haute définition, alors que ces investissements sont le prix à payer pour demeurer en affaires;

- accroître la réglementation en faveur des télédiffuseurs dans un contexte favorisant plutôt la déréglementation.

Recommandation 1

72. Le ministère de la Culture et des Communications (MCC) recommande au CRTC de ne pas autoriser un tarif d'abonnement pour les chaînes traditionnelles de télévision lorsque distribuées par câble ou par satellite, estimant que cette mesure aurait un effet déstabilisant sur l'ensemble du système de radiodiffusion.

73. Introduire une telle mesure au moment où le CRTC vient à peine de commencer à rééquilibrer les forces en présence, en enlevant certaines protections réglementaires aux canaux spécialisés et payants risque, à notre avis, de conduire à plus ou moins long terme à un autre déséquilibre, cette fois-ci en faveur des télévisions généralistes, en particulier privées. Selon le MCC, les inconvénients suscités par une telle mesure l'emportent sur les avantages recherchés par le CRTC lorsqu'il considère la possibilité d'autoriser un tel tarif, son objectif étant essentiellement de permettre aux télédiffuseurs généralistes de contribuer au maximum de leurs capacités dans les contenus canadiens.

Recommandation 2

74. Le MCC recommande au CRTC, plutôt que de créer une nouvelle mesure de réglementation, d'utiliser un dispositif réglementaire déjà existant et qui vise précisément à accroître le financement des émissions canadiennes de télévision. Ainsi, le pourcentage de contribution exigé des télédistributeurs au Fonds canadien de télévision pourrait être rehaussé.

75. Cette exigence, dont bénéficient déjà les télédiffuseurs, privés comme publics, leur permettrait de disposer de ressources supplémentaires entièrement dédiées aux émissions canadiennes alors que celles dégagées par un tarif d'abonnement pourraient ne pas être complètement utilisées à cette fin. Cet apport supplémentaire dans le financement de leurs émissions leur laisserait également plus de marge de manœuvre pour investir dans la modernisation de leurs stations et leur passage au numérique. Cette obligation pourrait possiblement entraîner une certaine augmentation du coût de l'abonnement à la télédistribution mais le MCC considère qu'elle servirait à payer des contenus canadiens plutôt que des équipements et des infrastructures, normalement à la charge des télédiffuseurs.

Recommandation 3

Si le Conseil décidait d'autoriser un tarif d'abonnement

76. Le MCC recommande que ce tarif :

- soit fixé à un niveau peu élevé qui pourrait, au besoin, augmenter graduellement au fil des ans afin de respecter la capacité de payer des consommateurs et de limiter les pertes éventuelles d'abonnés chez les télédistributeurs;

- s'applique aux stations de télévision, privées comme publiques, afin de ne pas déstabiliser le système télévisuel;

- soit assorti d'exigences quant aux dépenses à consacrer aux émissions canadiennes;

- soit réparti, par le Conseil, de manière équitable entre les télédistributeurs et les télédiffuseurs, de même qu'entre les stations mères et les stations locales qui leur appartiennent ou qui leur sont affiliées, afin d'encourager la production locale en régions et d'améliorer la qualité de l'ensemble de la programmation.

Deuxième enjeu : maintenir une programmation originale de qualité

77. Primordial, cet enjeu est à la base même de la politique canadienne de la radiodiffusion comprise dans la *Loi sur la radiodiffusion* et constitue vraisemblablement le principal objectif recherché par le CRTC dans sa gouvernance du système télévisuel canadien et ce, peu importe les avancées technologiques susceptibles de l'affecter. Le MCC est particulièrement préoccupé par cette question qu'il juge déterminante pour le développement culturel du Québec, compte tenu de la place importante qu'occupe la télévision auprès de l'ensemble des Québécois et de sa contribution à leur identité de même qu'à leur meilleure compréhension du monde.

Contributions au contenu canadien

78. Lors de la dernière révision de la politique télévisuelle au Canada en 1999, le CRTC a décidé de cesser de réglementer les montants d'argent que les télédiffuseurs privés devaient obligatoirement consacrer aux émissions canadiennes. Les télédiffuseurs francophones en étaient déjà exemptés, étant donné leurs bonnes performances à ce chapitre.

79. Depuis, comparativement aux télédiffuseurs privés canadiens, ceux du Québec ont continué à consacrer une proportion plus importante, tant de leurs dépenses que de leurs revenus, aux émissions canadiennes.

80. À titre d'exemple, ils ont accru leurs dépenses en émissions canadiennes de 30,7 % entre 1999 et 2005, les faisant passer de 144,6 M$ à 189 M$[30].

81. Contrairement aux stations généralistes, les canaux spécialisés et payants ont toujours eu des exigences précises de dépenses en contenu canadien établies par le CRTC en fonction de leurs revenus. Au cours de la période allant de 1999 à 2005, la télévision spécialisée et payante de langue française a presque doublé ses dépenses en contenu canadien : de 79 M$ à 153 M$[31].

82. Au cours de cette période, la part moyenne des revenus des services spécialisés et payants allouée à la programmation canadienne est, au Québec, encore plus élevée que celle consacrée par les télédiffuseurs privés, soit 40,2 % contre 35,7 %, et surpasse également celle de leurs homologues canadiens qui est de 36 % pour les services spécialisés et payants et de 28 % pour les télédiffuseurs privés[32].

83. Étant donné que depuis 1999, les télédiffuseurs privés ont vu la croissance de leurs revenus diminuer à un niveau inférieur à celui de l'économie québécoise et leur rendement parvenir à un niveau beaucoup moins élevé que celui de la télévision spécialisée et payante, il ne semble pas approprié d'établir à leur endroit le même type d'exigences que celui demandé aux services spécialisés et payants en matière de contenu canadien, d'autant plus qu'ils ne retirent pas, contrairement à ces derniers, des revenus d'abonnement.

84. Les stations de télévision desservant les petits marchés sont exemptées, depuis 1992, de toute exigence en matière de production locale et, depuis la dernière révision de la politique télévisuelle en 1999, de toute obligation en ce qui concerne la diffusion de nouvelles, le CRTC ayant jugé qu'il n'était pas nécessaire de leur en imposer, les émissions locales étant essentielles à leur bonne performance dans leur marché. Avec l'abolition de ces exigences, il est maintenant difficile de suivre l'évolution de ce type d'émissions à la télévision et de déterminer s'il y a eu ou non diminution des productions locales et des bulletins de nouvelles dans ces stations.

Recommandation 4

Si le Conseil décidait de ne pas autoriser un tarif d'abonnement

85. Le ministère recommande au CRTC de poursuivre sa politique à l'effet de ne pas imposer, à la télévision de langue française du moins, d'exigences quant aux dépenses à consacrer aux émissions canadiennes.

---

[30] CRTC, *Télévision, relevés statistiques et financiers, 1999-2003 et 2001-2005.*
[31] CRTC, *Télévision payante et d'émissions spécialisées, Relevés statistiques et financiers, 1999-2003 et 2001-2005.*
[32] Calculs du MCC à partir des deux documents mentionnés ci-dessus.

Recommandation 5

Si le Conseil décidait de ne pas autoriser un tarif d'abonnement

86. Comme on l'a vu précédemment, le ministère recommande au CRTC d'utiliser l'obligation faite aux télédistributeurs de contribuer un certain pourcentage de leurs revenus au Fonds canadien de télévision, de manière à injecter des sommes supplémentaires dans le financement des émissions canadiennes, ce qui contribuerait à maintenir à l'écran une programmation originale de qualité.

Recommandation 6

Si le Conseil décidait d'autoriser un tarif d'abonnement

87. Le MCC lui recommande d'imposer aux télédiffuseurs, francophones comme anglophones, des obligations de dépenses en contenu canadien comme il en existe présentement pour les services spécialisés. De telles obligations contribueraient à hausser le nombre et/ou la qualité des émissions canadiennes diffusées à la télévision.

Recommandation 7

Avec ou sans autorisation d'un tarif d'abonnement

88. Le ministère recommande au CRTC qu'il réintroduise des exigences, soit en matière de production locale, ce qu'il avait d'ailleurs demandé dans son mémoire déposé en 1998 lors du précédent examen du cadre réglementaire de la télévision, soit en nouvelles, les stations locales privées de télévision jouissant généralement d'une bonne situation financière.

Recours à la production indépendante

89. En 2005, près de la moitié des sommes allouées par la télévision privée canadienne à la production indépendante provient des stations québécoises, ce qui confirme un niveau de contribution beaucoup plus élevé de leur part qu'ailleurs au Canada.

90. Au cours des dernières années, la télévision privée québécoise a accentué son recours aux producteurs indépendants; elle leur a alloué plus du tiers de ses dépenses de programmation en contenu canadien en 2005 alors que les stations ontariennes et canadiennes ne leur en ont même pas attribué le quart.

91. Les stations ontariennes et canadiennes dépensent davantage, directement ou par le biais de leurs filiales, pour la production de contenu canadien, ce qui pourrait s'expliquer par leur éligibilité aux régimes de crédit d'impôts dont bénéficie la production audiovisuelle en Ontario et en Colombie-Britannique. Au Québec, bien que les filiales de production des diffuseurs aient eu accès à un crédit d'impôt, limité par un plafond, pendant quelques années (de 1998 à 2003), celui-ci est d'abord et avant tout dédié aux producteurs indépendants, ce qui explique que les télédiffuseurs québécois recourent davantage à cette industrie.

Recommandation 8

Si le Conseil décidait de ne pas autoriser un tarif d'abonnement

92. Le ministère recommande au CRTC de ne pas exiger des télédiffuseurs traditionnels qu'ils dépensent un pourcentage précis de leurs revenus à la production indépendante, en particulier au Québec où les mesures fiscales favorisant la production audiovisuelle sont exclusivement destinées aux producteurs indépendants, ce qui se traduit par un niveau élevé des dépenses de la télévision québécoise à ce titre.

Recommandation 9

Si le Conseil décidait d'autoriser un tarif d'abonnement

93. Le ministère recommande qu'une telle obligation soit envisagée par le CRTC. Par souci d'équité, cette mesure devrait cependant s'appliquer aussi aux chaînes spécialisées et payantes en tenant compte, évidemment, de leur spécialité.

Place des dramatiques et des émissions pour enfants

94. Même si, comme on l'a vu précédemment, les émissions dramatiques semblent avoir baissé en popularité, elles ont fait l'objet de dépenses croissantes de la part des télédiffuseurs privés au Québec, qui y consacrent deux fois plus d'argent en 2005 qu'en 1999[33], ce qui n'est pas le cas au Canada, où les dépenses qui y sont allouées ont crû de manière beaucoup moins importante.

95. Ce ne sont pas seulement les dépenses allouées à ce type d'émissions qui ont augmenté mais bien l'ensemble des dépenses affectées au contenu canadien. Cette croissance pourrait, en partie, être attribuable au fait que l'industrie de la télévision privée au Québec, en très grande partie francophone, a dû compenser, comme la télévision publique d'ailleurs, la diminution du financement apporté par le Fonds canadien de télévision (FCT) pour chaque heure de production faite en français, tous genres confondus.

---

[33] CRTC, *Télévision, Relevés statistiques et financiers, 1999-2005.*

96. Par contre, les émissions pour enfants sont, depuis quelques années, très peu présentes à l'écran de la télévision francophone privée généraliste du Québec : 15 heures par semaine en 1999 comparativement quatre heures et demie en 2005[34]. On a souvent lié cette diminution à l'interdiction de publicité pour les moins de 13 ans en vigueur au Québec. Il faut être prudent avant d'établir un lien direct entre cette législation et la faible présence des émissions pour enfants dans la grille horaire des télévisions privées. Plusieurs facteurs ont influencé leur stratégie de programmation au cours des dernières années et les ont amenées à délaisser ce type de productions, devenues beaucoup moins rentables lorsque programmées à la télévision traditionnelle: la fragmentation des auditoires due à la multiplication des chaînes spécialisées, dont certaines entièrement dédiées aux jeunes; la concurrence accrue provoquant l'abandon du créneau horaire de fin d'après-midi, traditionnellement consacré à la jeunesse; la baisse du poids démographique des enfants; la diminution constante de leur écoute de la télévision en raison, notamment, de changements sociaux dans leurs activités quotidiennes et de leur appropriation, de plus en plus jeunes, des nouvelles technologies.

Recommandation 10

Si le Conseil décidait de ne pas autoriser un tarif d'abonnement

97. Le MCC recommande que sa proposition à l'effet de rehausser le financement du Fonds canadien de télévision au moyen de contributions plus élevées en provenance des télédistributeurs serve en particulier à la production de dramatiques et d'émissions pour enfants.

Recommandation 11

Si le Conseil décidait d'autoriser un tarif d'abonnement

98. Le ministère ne recommande pas que les télédistributeurs soient contraints par le CRTC à contribuer un pourcentage plus élevé de leurs revenus au Fonds canadien de télévision (FCT), le tarif d'abonnement aux télévisions généralistes se trouvant automatiquement à accroître leurs recettes et, par conséquent, leurs contributions au FCT. À noter aussi que le MCC a recommandé que ce tarif soit assorti d'exigences de dépenses en contenu canadien de la part des télédiffuseurs. Ces deux facteurs combinés (tarif d'abonnement et exigences de dépenses) devraient logiquement contribuer à l'augmentation des ressources disponibles, notamment pour le financement des dramatiques et des émissions pour enfants.

[34] Télé-Québec, Recherche et Planification.

Avantages tangibles

99. Depuis la dernière révision de sa politique télévisuelle en 1999, le CRTC demande que lors des transferts de propriété ou de contrôle dans le secteur de la télévision, l'acquéreur consacre 10 % de la valeur de la transaction en avantages tangibles qui doivent, selon le Conseil, profiter à la collectivité desservie par l'entreprise qui fait l'objet de la transaction de même qu'à l'ensemble du système canadien de radiodiffusion.

100. Les transferts de propriété survenus depuis dans l'industrie de la télévision privée francophone (télévision généraliste et spécialisée) ont généré 63 M$ investis par les acquéreurs à titre d'avantages tangibles.

101. Une grande partie des investissements réalisés à ce titre se sont retrouvés à l'écran même des services télévisuels concernés par les transferts de propriété ou de contrôle, plutôt que d'être retournés à l'ensemble du système de radiodiffusion et à ses composantes locales.

Recommandation 12

102. Le ministère recommande au CRTC d'être plus rigoureux dans l'application de cette mesure de telle sorte que lors de prochaines transactions, la majeure partie des investissements versés par les acquéreurs à titre d'avantages tangibles serve à l'ensemble de la programmation canadienne plutôt qu'à celle des services acquis et soit en grande partie versée au Fonds canadien de télévision. Dans le cas des transactions qui impliquent des stations locales de télévision, le Conseil devrait également voir à ce que ces dernières en bénéficient, afin d'accroître leur capacité en matière de programmation.

Troisième enjeu : réussir la transition de la télévision hertzienne à la technologie numérique et à la haute définition

103. Dans le présent examen, le CRTC cherche les moyens les plus efficaces pour accélérer le passage de la télévision canadienne à la technologie numérique et à la haute définition, étape incontournable dans la modernisation de ce secteur d'activités mais qui tarde à se réaliser au Canada. Les États-Unis, beaucoup plus avancés dans son implantation, se trouvent à exercer une forte pression sur le système canadien de radiodiffusion, en particulier au Canada anglais qui ne bénéficie pas, contrairement au Québec, d'une certaine protection due à la barrière linguistique.

Modèle proposé de transition à la technologie numérique

104. L'hypothèse que le Conseil soumet à la consultation sur la manière dont les télédiffuseurs pourraient effectuer cette transition au Canada a pour effet de transformer en profondeur la nature même de la télévision hertzienne (en direct). Il

s'agirait de rendre leur signal numérique accessible à la population uniquement au moyen de la télédistribution (câble et satellite) et non plus par voie hertzienne, ce qui est leur mode actuel de transmission. Ceci leur éviterait de convertir leurs infrastructures analogiques de diffusion hertzienne au mode numérique, s'épargnant ainsi des investissements importants. En attendant que la transition soit complétée, les télédiffuseurs continueraient à diffuser leur programmation en mode analogique, par la voie des airs.

Un modèle de transition non adapté au Québec, qui dépend davantage de la télévision hertzienne

105. Cette hypothèse, suggérée au Conseil par les télédiffuseurs, s'appuie sur le fait qu'**au Canada**, la proportion des foyers qui dépendent exclusivement de la transmission par ondes hertziennes pour capter les signaux de télévision est peu élevée (13 %). Selon les estimations du ministère, en tenant compte des foyers qui piratent les signaux canadiens, seulement **6 %** des foyers canadiens capteraient la télévision uniquement par la voie des airs[35].

106. **Au Québec**, la proportion des ménages qui reçoivent encore la télévision seulement par voie hertzienne est plus importante (26 %). En éliminant les foyers qui piratent les signaux, le MCC estime plutôt à **19 %** le nombre de ménages encore entièrement tributaires de la transmission hertzienne **en 2005**[36].

107. La région de **Montréal** en particulier est celle qui dépend le plus, au Québec, de la télévision en direct (hertzienne). Sans tenir compte du piratage, 28 % des foyers y reçoivent la télévision exclusivement par voie hertzienne. Si on considère aussi les foyers qui piratent les signaux, ce pourcentage pourrait être ramené à **21 %**[37].

108. Avec ce modèle de transition à la télévision numérique, les résidents de la région montréalaise qui dépendent exclusivement de la transmission hertzienne n'auraient donc plus accès, à terme, aux stations de télévision qui desservent directement leur marché mais seraient par contre en mesure de capter celles en provenance de Plattsburgh, Burlington, etc., les États-Unis ayant décidé d'opter pour la transmission numérique hertzienne, en plus de celle qui s'effectue déjà au moyen de la télédistribution[38]. Compte tenu de la progression du taux de bilinguisme au Québec, qui, comme on l'a vu précédemment, atteint 37 % lors du recensement de 2001[39], et qui est sans doute encore plus élevé à Montréal en raison d'une forte présence des communautés culturelles, ce modèle de transition au numérique risque d'entraîner des transferts d'écoute vers la télévision de langue anglaise américaine. Dans l'ensemble

---

[35] Calculé à partir des données de Mediastats, Canadian Broadcasting & Distribution Data, 30 septembre 2005 et à partir d'une estimation du piratage.
[36] *Idem.*
[37] *Idem.*
[38] Selon certains observateurs de la scène médiatique, il semblerait que les grandes chaînes américaines de télévision seront accessibles en numérique dès octobre prochain dans la région de Montréal.
[39] Les données du dernier recensement effectué en 2006 ne sont pas encore disponibles.

du Québec, une partie importante de la population (19 % des foyers) serait également privée d'un accès en direct de leurs stations de télévision numérique, parce qu'entièrement tributaire de la télévision hertzienne.

109. Dans la plupart des pays où l'on a entrepris la migration du système télévisuel à la technologie numérique, les télédiffuseurs continuent à diffuser leur programmation numérique par voie hertzienne (en direct) ou prévoient le faire, même si dans certains de ces pays la pénétration de la télédistribution est importante. On peut penser que la possibilité de perdre des revenus publicitaires ou de modifier un modèle économique somme toute assez rentable, en dépit de la fragmentation accrue du marché, sont des motivations les incitant à conserver ce mode de diffusion.

Un modèle qui compromet l'avenir des stations de télévision régionales

110. De façon générale, les télédiffuseurs privés semblent, pour le moment, réticents à convertir l'ensemble de leurs infrastructures de transmission, surtout celles en régions, en estimant, dans ce dernier cas, la rentabilité d'une telle transformation insuffisante. Cette évaluation de la situation repose sur la prémisse d'une poursuite de la diffusion analogique en régions.

111. À titre d'exemple, Quebecor Média estime qu'il lui en coûterait environ 16 M$ pour convertir à la technologie numérique les infrastructures de diffusion et de transmission de l'ensemble de ses stations de télévision[40].

112. Il s'agit certes d'investissements importants mais incontournables pour continuer d'être en affaires dans le secteur de la télévision généraliste qui se caractérise par l'universalité et la gratuité de ses services auprès de la population. Or, comme on l'a vu précédemment, les stations en régions sont plus rentables que l'ensemble de l'industrie de la télévision privée. D'après les données du ministère, la majorité d'entre elles jouissent d'une très bonne santé financière et elles auraient les moyens d'effectuer les investissements requis pour diffuser leur programmation numérique par voie hertzienne.

113. Ne pas convertir les stations de télévision situées en régions à la diffusion hertzienne numérique équivaudrait, selon le modèle proposé, à compromettre l'avenir des stations régionales une fois la transition à la technologie numérique complétée puisqu'alors, seule cette technologie prévaudra, le CRTC considérant qu'elle devra carrément remplacer celle basée sur le mode analogique.

114. En outre, comme la technologie numérique constitue un progrès irréversible et qu'elle est préalable à la télévision à haute définition, elle entraînera à plus ou moins long terme un changement d'équipements de réception chez les consommateurs, les manufacturiers ne fabriquant plus que des téléviseurs numériques. Continuer à diffuser

---

[40] Quebecor Média inc., *Mémoire au CRTC sur le milieu où le système de radiodiffusion est appelé à évoluer*, avis public de radiodiffusion 2006-72, 1er septembre 2006, annexe 4.

en analogique en régions pourrait ne plus convenir dans ce contexte, la réception des signaux analogiques risquant d'être de plus ou moins bonne qualité, dépendamment du type de téléviseur numérique acheté.

Un modèle de transition qui nécessite des mesures d'aide publique

115. Le modèle proposé basé sur l'accès à la télévision numérique uniquement par câble et par satellite nécessiterait, par souci d'universalité, des mesures d'aide gouvernementale à l'intention de ceux qui n'y sont pas abonnés, ce qui s'avérerait être une dépense onéreuse en plus d'être récurrente. À noter qu'un modèle favorisant une diffusion numérique hertzienne pourrait aussi demander de l'aide publique afin d'aider les consommateurs qui ne captent la télévision que par la voie des airs à se munir d'un décodeur numérique; cette solution serait cependant moins coûteuse que la précédente.

116. Une autre possibilité consisterait à offrir gratuitement un bouquet composé des chaînes généralistes québécoises par l'entremise du satellite ou du câble, ce qui demanderait une concertation d'abord entre les différents télédiffuseurs et également entre ces derniers et une ou des entreprises de câble ou de satellite Le MCC met en doute la faisabilité de cette proposition. Il serait en effet difficile de choisir un type d'entreprise de distribution plutôt qu'un autre, à moins que le Conseil n'impose cette solution à l'ensemble des télédistributeurs. Il faudrait, de toute manière, apporter une aide aux foyers non abonnés à une forme ou l'autre de télédistribution, ce qui pourrait s'avérer encore une fois coûteux.

117. Dans le contexte actuel des finances de l'État et aussi en terme de politique publique, il apparaît difficilement justifiable de faire payer par les gouvernements ainsi que par les consommateurs le passage d'une partie des opérations des entreprises de télévision à la technologie numérique, celle liée à leur transmission, alors qu'elles devront inévitablement, pour se moderniser, inscrire cette transition dans leur planification d'affaires, ce qu'elles ont d'ailleurs commencé à faire.

Recommandation 13

118. Le ministère recommande au CRTC de ne pas retenir le modèle de transition à la technologie numérique qui ferait en sorte que seuls les abonnés à la télédistribution y auraient accès.

Recommandation 14

119. Le ministère recommande au CRTC d'adopter plutôt un modèle selon lequel les télédiffuseurs généralistes convertiraient l'ensemble de leurs stations au mode numérique, en modernisant d'abord celles localisées dans les plus grands centres pour ensuite adapter celles implantées en régions. Cette transition pourrait se réaliser progressivement, sur un certain laps de temps.

Recommandation 15

120. Le ministère recommande au CRTC que l'aide publique serve, comme par le passé, essentiellement au financement de la production des contenus télévisuels plutôt qu'à celui de dépenses récurrentes d'abonnement.

Production en haute définition

121. Un autre aspect important de la transition en cours concerne les coûts additionnels de production occasionnés par la télévision en haute définition (TVHD). Selon l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec (APFTQ), ces coûts, relatifs aux équipements (caméra, montage) et à certains autres éléments dont il faut davantage tenir compte étant donné la précision de l'image tournée en haute définition (décors, maquillages, costumes, éclairage), pourraient représenter une hausse de 3 à 15 % du budget de production, selon les genres d'émissions[41].

Recommandation 16

122. Le MCC recommande au CRTC, s'il retenait sa proposition à l'effet de rehausser le financement du Fonds canadien de télévision au moyen de contributions plus élevées en provenance des télédistributeurs, qu'il insiste auprès de cet organisme de financement sur la nécessité de tenir compte des coûts additionnels occasionnés par la production en haute définition et de mettre en place les moyens pour la stimuler.

Conclusion

123. Le MCC considère que la meilleure façon d'établir un équilibre dans le système télévisuel au Québec, d'y injecter les sommes nécessaires de manière à permettre aux télévisions généralistes de contribuer au maximum de leurs capacités dans les émissions québécoises ainsi que de favoriser leur passage à la technologie numérique et à la haute définition n'est pas d'introduire à leur intention un tarif d'abonnement.

124. En résumé, il propose plutôt :

- de laisser le temps à la déréglementation récemment entreprise par le CRTC à l'égard des services spécialisés et payants de faire effet, ce qui devrait rééquilibrer les forces en présence;

---

[41] APFTQ, Mémoire au CRTC, avis public de radiodiffusion 2006-72, 1er septembre 2006, par. 46.

- de hausser, en parallèle, le niveau de contribution des télédistributeurs au Fonds canadien de télévision (FCT), ce qui permettrait aux télédiffuseurs de disposer de ressources supplémentaires pour financer les émissions canadiennes, y compris en haute définition, leur laissant une plus grande marge de manœuvre pour investir dans leur modernisation et leur passage à la technologie numérique et à la haute définition;

- d'adopter un modèle de transition au mode numérique et à la haute définition qui favorise, progressivement, un accès universel et ne pénalise pas les stations de télévision en régions, la télévision généraliste privée disposant de moyens suffisants pour réaliser cette modernisation incontournable, compte tenu des deux propositions précédentes et aussi dû au fait qu'elle n'a pas vu sa rentabilité diminuer en dépit de la pénétration accrue de la télévision spécialisée et payante depuis 1999.

« FIN DU DOCUMENT »